



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK OLEH
@DOSEN_FASHYUN DALAM MENGKAMPANYEKAN ISU
LINGKUNGAN AKIBAT *FAST FASHION***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
INTAN MUTIARA SANDI
44221120041
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK OLEH
@DOSEN_FASHYUN DALAM MENGKAMPANYEKAN ISU
LINGKUNGAN AKIBAT *FAST FASHION***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

INTAN MUTIARA SANDI

44221120041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Mutiara Sandi
NIM : 44221120041
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat *Fast Fashion*” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Januari 2026



Intan Mutiara Sandi

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Intan Mutiara Sandi
NIM : 44221120041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat *Fast Fashion*”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 23 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 23%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 24 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Intan Mutiara Sandi
NIM : 44221120041
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh
@dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat *Fast Fashion*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 15 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A, M.B.A.)

NIDN/NUPTK: 0303069401

Jakarta, 24 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang dengan rahmat, ridho, dan pertolongan-Nya telah menuntun setiap langkah penulis dalam menyelesaikan proses penyusunan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat *Fast Fashion*”**. Penyusunan tugas akhir skripsi ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Selama proses penyusunan, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan dan doa berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi, yang telah dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Novi Erlita, S.Sos, MA selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar beserta seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
10. Ayah tercinta Bapak Warsan, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta ketulusan kasih sayang yang tak pernah putus kepada penulis, sehingga penulis mampu bertahan dan terus melangkah dalam menyelesaikan seluruh proses penyusunan skripsi ini.
11. Almarhumah Ibu Jubaedah, ibunda tercinta yang telah berpulang, yang semasa hidupnya senantiasa menjadi sumber kekuatan, doa, dan motivasi terbesar bagi penulis. Meskipun telah tiada, kasih sayang, ajaran, dan keteladanan beliau tetap hidup dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan menempatkan beliau di tempat terbaik di sisi-Nya.
12. Keempat adik saya tercinta, Dedi J, M. Wahyu TB, F. Mesyahla Sandi, dan M. Arjun Aprilio, yang senantiasa menjadi sumber motivasi dan penguat

semangat bagi penulis melalui perhatian, doa, dan kebersamaan yang tak ternilai sepanjang perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Suami saya tercinta, Danke Denhas K yang dengan ketulusan hati senantiasa mendampingi penulis di setiap tahap perjalanan akademik, menjadi sumber kekuatan dalam masa-masa sulit, tempat berbagi dalam setiap kebahagiaan dan kelelahan, serta selalu memberikan dukungan moral, doa, kesabaran, pengertian, dan motivasi tanpa henti. Kehadiran, perhatian, dan keteguhan beliau telah menjadi penopang utama bagi penulis untuk terus melangkah, bangkit dari setiap keraguan, dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh keyakinan dan rasa syukur.
14. Keluarga besar penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, doa, dan kasih sayang yang tulus, sehingga penulis memperoleh kekuatan dan semangat untuk menuntaskan penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
15. Sahabat-sahabat saya yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini serta sahabat dan teman-teman seperjuangan saya di Universitas Mercu Buana yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup dan akademik penulis.
16. Bapak Dino Augusto, selaku key informan sekaligus pengelola akun @dosen_fashyun, yang telah meluangkan waktu, memberikan informasi, pengalaman, serta wawasan yang sangat berharga bagi penulis dalam proses pengumpulan data penelitian ini.

17. Para informan penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan keterangan serta pandangan yang sangat berarti bagi penulis, sehingga data penelitian dapat tersusun dengan baik.

18. *Last but not least, I wanne thank me*, Intan Mutiara Sandi yang telah melalui perjalanan panjang penuh perjuangan, kesabaran, dan ketekunan, yang tidak menyerah di tengah rasa lelah, keraguan, dan berbagai keterbatasan, yang terus berusaha berdiri teguh, belajar dari setiap proses, serta berani melangkah meskipun tidak selalu mudah. Setiap usaha, doa, air mata, dan senyum yang terlewati menjadi saksi bahwa penyusunan skripsi ini bukan sekadar tugas akademik, melainkan proses pendewasaan diri yang penuh makna dan pelajaran hidup.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan atas setiap ilmu yang terkandung dalam skripsi ini, serta menjadikannya bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 28 Januari 2026

Peneliti,

Intan Mutiara Sandi

44221120041

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Mutiara Sandi
NIM : 44221120041
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh
@dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat *Fast Fashion*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Januari 2026
Yang menyatakan,



(Intan Mutiara Sandi)

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK OLEH @DOSEN_FASHYUN
DALAM MENGKAMPANYEKAN ISU LINGKUNGAN AKIBAT *FAST
FASHION*
INTAN MUTIARA SANDI**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh industri *fast fashion*, seperti limbah tekstil, pencemaran air, dan emisi karbon, yang menuntut adanya strategi kampanye publik yang efektif. Media sosial TikTok menjadi salah satu platform strategis untuk menyampaikan pesan kampanye lingkungan, khususnya kepada generasi muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial TikTok oleh akun @dosen_fashyun dalam mengkampanyekan isu lingkungan akibat *fast fashion* dengan menggunakan kerangka teori 4C (*context, communication, collaboration*, dan *connection*) oleh Chris Heuer.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Subjek penelitian terdiri dari 1 orang informan kunci dan 2 orang informan. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek *context*, pesan kampanye dibingkai berdasarkan latar belakang keilmuan, hasil riset dan pengalaman profesional komunikator sebagai dosen dan praktisi fesyen, disampaikan secara edukatif, kritis, serta dikemas dengan bahasa sederhana agar mudah dipahami oleh audiens. Pada aspek *communication*, pesan kampanye disampaikan melalui struktur konten yang sistematis dengan gaya persuasif dan reflektif yang sesuai karakter audiens, serta dikembangkan melalui konten lanjutan dan interaksi audiens sehingga komunikasi berlangsung secara berkelanjutan. Pada aspek *collaboration*, akun @dosen_fashyun menjalin kerja sama dengan brand fesyen berkelanjutan, komunitas, yayasan lingkungan, hingga institusi pemerintah yang memperluas jangkauan audiens dan memperkuat kredibilitas pesan. Pada aspek *connection*, hubungan dengan audiens dibangun melalui gaya komunikasi yang personal, setara, dan konsisten sehingga terbentuk komunitas pendukung yang berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran, perubahan sikap, dan pengurangan konsumsi impulsif menuju praktik fesyen berkelanjutan.

Kata Kunci: TikTok, Kampanye Lingkungan, *Fast Fashion*, Teori 4C, Media Sosial

**THE UTILIZATION OF TIKTOK SOCIAL MEDIA BY @DOSEN_FASHYUN
IN CAMPAIGNING ENVIRONMENTAL ISSUES CAUSED BY FAST
FASHION
INTAN MUTIARA SANDI**

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing environmental impacts caused by the fast fashion industry, such as textile waste, water pollution, and carbon emissions, which demand effective public campaign strategies. TikTok has emerged as a strategic social media platform for delivering environmental campaign messages, particularly to younger generations.

This research aims to examine the utilization of TikTok by the account @dosen_fashyun in campaigning environmental issues related to fast fashion using the 4C theoretical framework (context, communication, collaboration, and connection) proposed by Chris Heuer.

This research uses a descriptive qualitative method. The research subjects consist of one key informant and two supporting informants. Data analysis techniques include data reduction, data display, and conclusion drawing/verification.

The results indicate that in the context aspect, campaign messages are framed based on the communicator's academic background, research findings, and professional experience as a lecturer and fashion practitioner; delivered in an educational and critical manner; and presented using simple language to ensure audience comprehension. In the communication aspect, messages are delivered through a systematic content structure with a persuasive and reflective style tailored to audience characteristics, and further developed through follow-up content and audience interaction, enabling communication to occur continuously. In the collaboration aspect, the @dosen_fashyun account establishes partnerships with sustainable fashion brands, communities, environmental foundations, and government institutions, thereby expanding audience reach and strengthening message credibility. In the connection aspect, relationships with audiences are built through a personal, equal, and consistent communication style, forming a supportive community that contributes to increased awareness, attitudinal change, and the reduction of impulsive consumption toward sustainable fashion practices.

Keywords: *TikTok, Environmental Campaign, Fast Fashion, 4C Theory, Social Media*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	27
2.2.1 Komunikasi Digital	27
2.2.2 Kampanye	29
2.2.3 <i>New Media</i>	34
2.2.4 Media Sosial.....	35
2.2.5 Pemanfaatan Media Sosial	40
2.2.6 <i>Fast Fashion</i>	43
2.2.7 TikTok	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Subjek Penelitian.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1 Data Primer	51
3.4.2 Data Sekunder	52
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.6 Teknik Penarikan Keabsahan Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profile Dino Augusto.....	56
4.1.2 Akun TikTok @dosen_fashyun.....	59
4.1.3 Konten TikTok @dosen_fashyun.....	60

4.2	Hasil Penelitian	65
4.2.1	Aspek Konteks (<i>Context</i>) Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat <i>Fast Fashion</i>	66
4.2.2	Aspek Komunikasi (<i>Communication</i>) Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat <i>Fast Fashion</i>	71
4.2.3	Aspek Kolaborasi (<i>Collaboration</i>) Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat <i>Fast Fashion</i>	76
4.2.4	Aspek Koneksi (<i>Connection</i>) Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat <i>Fast Fashion</i>	82
4.3	Pembahasan.....	98
4.3.1	Aspek Konteks (<i>Context</i>).....	98
4.3.2	Aspek Komunikasi (<i>Communication</i>).....	99
4.3.3	Aspek Kolaborasi (<i>Collaboration</i>).....	100
4.3.4	Aspek Koneksi (<i>Connection</i>).....	101
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran.....	111
5.2.1	Saran Akademik	111
5.2.2	Saran Praktis.....	111
	DAFTAR PUSTAKA.....	113
	LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4. 1 Konten Edukasi <i>Fast Fashion</i> oleh Akun @dosen-fashyun.....	62
Tabel 4. 2 Matriks Pemanfaatan Media Sosial TikTok oleh @dosen_fashyun Dalam Mengkampanyekan Isu Lingkungan Akibat <i>Fast Fashion</i>	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indonesia Habiskan 188 Menit per Hari Akses Media Sosial.....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial: Rata-Rata Waktu Harian Per Pengguna	4
Gambar 1. 3 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia	6
Gambar 1. 4 TikTok @dosen_fashyun.....	8
Gambar 4. 1 Profile Dino Augusto.....	56
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Profile TikTok @dosen-fashyun.....	59
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Konten TikTok @dosen_fashyun	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	119
Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara	123
Lampiran 3 <i>Curriculum Vitae (CV)</i>	143

